Los fenómenos turísticos son fundamentalmente fenómenos humanos. Son la materia prima de la psicología del turismo. Estos fenómenos humanos se fundamentan en la demografía turística que estudia los fenómenos de las poblaciones humanas cuando desarrolla una actividad relacionada con el turismo.

Para estudiar la demografía turística nos debemos basar en los siguientes puntos:

a) Los procesos demográficos

Se estudia el volumen y la evolución en el crecimiento, composición y distribución de la población turística.

Las variables a tener en cuenta son: edad, sexo, estado civil, tasa de natalidad, nivel económico, nivel cultural, estatus social, clase social, nivel de motivaciones y necesidades en cuanto a actividades turísticas, poder adquisitivo, tipo de actividades y servicios turísticos destacados.

(transporte, hotelería, alimentación, etc.).

b) El volumen de la población turística

El volumen está dado por la cantidad de personas que desarrollan una actividad turística. Se ha establecido que el volumen de población que desarrolla una actividad turística de sus países de residencia, en todo el mundo, es de 500 millones de personas aproximadamente (dato extraído de las estadísticas de la O.M. de T. en el año 1993).

c) El nacimiento de una corriente turística

Es un proceso por el que nace una corriente turística ya sea por la moda, las motivaciones

del medio, la creación de nuevas necesidades, la promoción, los precios de los servicios, la comunicación interpersonal.

d) El declive de una corriente turística

Es el proceso por el cual una corriente turística deja de ir a tal o determinado lugar, ya sea por factores económicos, guerras, problemas climáticos, inseguridad política, falta de motivación, xenofobias, etcétera.

c) Los movimientos migratorios

El proceso de cambio de destino de las corrientes turísticas. Un ejemplo: cambio del Mediterráneo por el Caribe.

f) El crecimiento de la población turística

Es el aumento de la población que puede dedicar su tiempo libre a la actividad turística al mejorar su situación económica, las motivaciones personales o sociales para el mismo, etcétera.

g) La composición y la distribución de la población turística

La población turística puede modificarse por una tasa de natalidad por edades y de mortalidad, por su status económico, segmentos de la población.

Turismo de «élite» turismo y de masas

Muchos son los co-determinantes que intervienen en estas clases de turismo.

Para el turismo de élite pueden considerarse los siguientes: pueden viajar en cualquier momento, alojarse en establecimientos de lujo, comer en restaurantes de alta categoría, viaje en primera clase, practicar deportes caros, etcétera.

Imaginemos qué disyuntiva se le presenta al país receptor entre el turismo de élite y el turismo de masas.

¿Qué se preferirá, un turismo de lujo con menos turistas o un turismo de masas? ¿Por qué no aceptar a las dos corrientes en forma simultánea acorde con las posibilidades que el país posea?

Si recorremos la historia, observaremos que la actividad turística, en primera instancia, estuvo reservada para las personas con mejor posición económica, ya sea la nobleza o la burguesía.

En el siglo XIX y hasta bien entrado el siglo XX, la corriente turística era reducida y solamente se concentraba en las clases sociales más altas así como también en las personas con necesidades y motivaciones concretas: descanso, recuperación de la salud. Pero en general podemos decir que era un turismo de élite.

Después de la segunda guerra mundial, los trabajadores van a con seguir una serie de reivindicaciones sociales que permitirá, de hecho, el desarrollo del turismo de masas.

Será en el año 1945 que en la Declaración Universal de los Derechos Humanos se reconoce que toda persona tiene derecho al descanso y al ocio como así también a vacaciones pagadas y a la libertad de desplazamiento.

Esto último trajo aparejado el desarrollo de nuevos servicios y de paquetes turísticos diferentes. Será en el siglo XX cuando asistiremos al boom de la actividad turística. Este boom motivó nuevos y diferentes problemas sociales, lo que llevó a pensar que eran mejor muchos pocos que muchos» en la actividad turística. No obstante este boom permitió teórica

y prácticamente establecer nuevos segmentos del mercado turístico:

Turismo de minorías: segmento del mercado que viaja tanto en forma individual como familiar o en grupo a lugares de poca frecuencia turística y en cualquier época del año.

Coincide generalmente con el turismo de lujo o de élite.

Turismo de masas: segmento de la demanda turística que se desplaza en forma individual, familiar o en grupo, coincidiendo con destinos de gran afluencia turística y en una época del año determinada. Viaja generalmente organizado en servicios que ofrecen las agencias en «paquetes turísticos». Habitualmente este segmento pertenece a la clase social media.

Turismo de grupo: segmento de demanda turística que viaja formando grupo de varias personas, conocidas o desconocidas.

Turismo social: formado por turismo familiar, juvenil y estudiantil como también de la tercera edad.